

## DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftaran Lampiran .....	xii
Intisari .....	xiii
Abstract .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Lingkup Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Industri Pariwisata.....	10
2.2 Usaha Jasa Perjalanan Wisata .....	11
2.2.1 Biro Perjalanan Wisata ( <i>Travel Agent</i> ) .....	11

2.2.2 Biro Perjalanan Ibadah Haji dan Umrah ( <i>Travel Umrah</i> ).....	12
2.2.3 <i>Online Travel Agent</i> .....	14
2.3 Konsep Strategi .....	15
2.4 Manajemen Stratejik .....	17
2.5 Strategi Bersaing Perusahaan .....	19
2.6 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	23
2.6.1 Analisis <i>Porter Five Forces Framework</i> .....	23
2.6.2 Analisis <i>Driving Forces</i> .....	26
2.7 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	28
2.7.1 Analisis <i>Resource Based View</i> .....	28
2.7.2 Analisis <i>Value Chain</i> .....	31
2.8 Analisis SWOT .....	32
2.9 Analisis Matriks <i>External Factor Evaluations</i> (EFE).....	34
2.10 Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	36
2.11 Analisis Matriks <i>Internal External</i> (IE).....	37
2.12 Analisis Matriks SWOT .....	39
2.13 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	39
2.14 Kerangka Penelitian .....	43
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Metoda Pengumpulan Data .....	45
3.3 Metoda Analisis Data .....	46
3.4 Profil Perusahaan PT. Alia Indah Wisata.....	48

3.4.1	Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan .....	50
3.4.2	Jenis Produk yang Dijual .....	51
3.4.3	Strategi Perusahaan .....	52
3.4.4	Proses Bisnis PT. Alia Indah Wisata .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>62</b>
4.1	Analisis Lingkungan Eksternal .....	62
4.1.1	Analisis <i>Porter Five Forces</i> .....	62
4.1.2	Analisis <i>Driving Forces</i> .....	72
4.1.3	Rumusan Peluang dan Ancaman.....	83
4.2	Analisis Lingkungan Internal.....	84
4.2.1	Analisis <i>Resources Based View</i> .....	84
4.2.2	Analisis <i>Value Chain</i> .....	91
4.2.3	Rumusan Peluang dan Ancaman.....	104
4.3	Analisis Matriks <i>External Factor Evaluations</i> (EFE).....	105
4.4	Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	108
4.5	Analisis Matriks SWOT .....	109
4.6	Analisis Matriks IE .....	115
4.7	Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	118
4.8	Formulasi Strategi Bersaing Alternatif .....	120
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>		<b>123</b>
5.1	Simpulan .....	123
5.2	Saran.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>127</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Statistik Jemaah Umrah Tahun 2015-2017.....	1
Tabel 2.1	Jenis-Jenis Strategi.....	21
Tabel 2.2	Ilustrasi Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	35
Tabel 2.3	Ilustrasi Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	37
Tabel 2.4	Matriks SWOT .....	39
Tabel 2.5	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) .....	42
Tabel 4.1	<i>Top 3 Travel</i> Umrah .....	62
Tabel 4.2	Alasan Utama Konsumen Dalam Memilih <i>Travel</i> Umrah .....	64
Tabel 4.3	Alasan Utama Konsumen Memilih PT. Alia Wisata Indah Wisata .....	64
Tabel 4.4	Perbandingan Harga Jual Paket PT. Alia Indah Wisata dengan Pesaing .....	64
Tabel 4.5	<i>Mapping</i> Pesaing Utama PT. Alia Indah Wisata Pada Industri <i>Travel</i> Umrah ..	67
Tabel 4.6	Kesediaan Konsumen Memilih PT. Alia Indah Wisata Kembali.....	70
Tabel 4.7	Hasil Rumusan Analisis <i>Porter Five Forces</i> PT. Alia Indah Wisata .....	72
Tabel 4.8	Persentase Pengeluaran Rata-Rata per Kapita dalam Sebulan.....	78
Tabel 4.9	Rumusan Peluang dan Ancaman PT. Alia Indah Wisata .....	83
Tabel 4.10	Laporan Laba Rugi PT. Alia Indah Wisata .....	85
Tabel 4.11	Rasio Profitabilitas PT. Alia Indah Wisata.....	86
Tabel 4.12	Hasil Rumusan Analisis VRIN PT. Alia Indah Wisata.....	90
Tabel 4.13	Komposisi Karyawan Alia Wisata Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	101
Tabel 4.14	Rumusan Kekuatan dan Kelemahan PT. Alia Indah Wisata .....	104
Tabel 4.15	Matriks EFE PT. Alia Indah Wisata .....	105
Tabel 4.16	Sumber Informasi Konsumen Mengetahui Produk PT. Alia Indah Wisata.....	107

Tabel 4.17 Kesiediaan Konsumen Merekomendasikan Produk PT. Alia Indah Wisata .....	107
Tabel 4.18 Matriks IFE PT. Alia Indah Wisata .....	108
Tabel 4.19 Matriks SWOT PT. Alia Indah Wisata .....	110
Tabel 4.20 QSPM PT. Alia Indah Wisata .....	119

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	PDB per Kapita di Indonesia Tahun 2007-2015 .....	2
Gambar 1.2	2015Proyeksi Pendapatan Negara dari Industri <i>Travel</i> Umrah.....	4
Gambar 2.1	Lima Tahapan Strategi .....	17
Gambar 2.2	Proses Tahapan Manajemen Stratejik .....	18
Gambar 2.3	Lima Strategi Bersaing Generik .....	19
Gambar 2.4	<i>Porter Five Forces Framework</i> .....	24
Gambar 2.5	<i>Value Chain Analysis</i> .....	31
Gambar 2.6	Ilustrasi Matriks IE.....	38
Gambar 2.7	Kerangka Penelitian .....	43
Gambar 3.1	Logo Kedelapan Unit Bisnis dalam Alia Group Company.....	49
Gambar 3.2	Tampilan ARS.....	56
Gambar 3.3	Ilustrasi Proses Bisnis PT. Alia Indah Wisata Menggunakan ARS .....	59
Gambar 4.1	Peta Pertumbuhan Ekonomi Daerah 2015 .....	79
Gambar 4.2	Peta Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2015.....	81
Gambar 4.3	Data Daftar Tunggu Haji Khusus Tahun 2017.....	82
Gambar 4.4	Analisis <i>Value Chain</i> PT. Alia Indah Wisata.....	91
Gambar 4.5	Struktur Organisasi PT. Alia Indah Wisata.....	103
Gambar 4.6	Matriks IE PT. Alia Indah Wisata.....	116

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1	Daftar Pedoman Wawancara.....	130
Lampiran.2	Kuesioner IFE dan EFE .....	133
Lampiran.3	Kuesioner QSPM .....	136
Lampiran.4	Hasil Tabulasi EFE .....	138
Lampiran.5	Hasil Tabulasi IFE.....	139
Lampiran.6	Hasil Tabulasi QSPM.....	140